

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Kajian Literatur

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Berdasarkan dengan topik yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini, maka perlu pendukung dari penelitian-penelitian yang membahas mengenai penelitian sejenis. Peneliti mengawali dengan mencari dan menelaah penelitian terdahulu sebagai rujukan pendukung, pelengkap, serta pembimbing yang memadai sehingga penelitian ini lebih kaya dan dapat memperkuat kajian pustaka berupa penelitian yang ada.

Review penelitian sejenis adalah uraian teori, temuan, dan bahan penelitian. lainnya yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian untuk menyusun konteks pemikiran yang jelas dari perumusan masalah yang ingin diteliti. *Review* penelitian sejenis berisi ulasan, rangkuman, dan pemikiran penulis tentang beberapa sumber pustaka (artikel, slide, informasi dari internet, dll) tentang topik yang dibahas. *Review* yang baik harus bersifat relevan, mutakhir dan memadai Landasan teori, tinjauan teori, dan tinjauan pustaka merupakan beberapa cara untuk melakukan *review*.

1. Pada penelitian pertama yang penulis ambil adalah penelitian yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa”**. Penelitian ini dilakukan oleh Yogi Hidayat

mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan 152050264. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pembentukan citra diri beberapa mahasiswa fisip unpas dilihat dari beberapa konsep dari interaksionisme simbolik yakni proses mind dalam penggunaan instagram, self yang dibentuk oleh informan dan society yang memaknai citra diri dari informan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode fenomenologi dengan pendekatan kualitatif hasil yang diperoleh dari penelitian ini bahwa informan dari mahasiswa fisip unpas mengaplikasikan ketiga konsep dari interaksionisme simbolik dengan media sosial instagram dalam membentuk citra dirinya. Dalam proses mind informan menggunakan simbol berupa kalimat dalam penggunaan fitur, caption, dan gambar berupa foto ataupun video. Proses self ditunjukkan dengan foto atau video yang diposting oleh informan Informan menginginkan penilaian citra diri dari orang lain (society) sesuai dengan ekspektasinya. Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Yogi Hidayat dengan penelitian yang penulis lakukan adalah sama-sama meneliti mengenai citra diri mahasiswa melalui media sosial instagram, namun disini penelitian yang peneliti lakukan menggunakan metode Dramaturgi sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Yogi Hidayat menggunakan metode Fenomenologi

2. Penelitian kedua yang penulis ambil yaitu penelitian yang berjudul **“Penggunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi Diri Di Dunia Maya”**. Penelitian ini dilakukan oleh Muhammad Syaeful Barn Universitas Pasundan 132050125. Penelitian mahasiswa Ilmu Komunikasi ini

menggunakan metode Fenomenologi dengan pendekatan kualitatif Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif, tindakan, dan makna dari pengguna media sosial snapchat yang cenderung sebagai eksistensi diri di dunia maya. Hasil dari penelitian ini bahwa diperoleh gambaran bahwa motif penggunaan media sosial snapchat pada mahasiswa di kota bandung ialah bermacam-macam tetapi berarti sama, seperti motif menggunakan snapchat itu seperti sebagai hiburan, ikut-ikutan, sebagai user, melihat kegiatan orang lain, sebagai eksistensi diri, iseng-iseng, seru-seruan, dan kalau lagi bosan saja. Selanjutnya, tindakan penggunaan snapchat pada mahasiswa dikota bandung ialah mereka ada yang menggunakan snapchat untuk melihat kegiatan sehari-hari orang lain, untuk share kegiatan sehari-hari berupa video dan foto, mencoba filter-filter lucu, dan hanya untuk membuat video lucu. Kemudian, makna penggunaan snapchat pada mahasiswa dikota Bandung ialah snapchat sebagai aplikasi hiburan media informasi kuliner dan tempat bagus. sebagai ajang pamer, filter-filter lucu, untuk melihat keseharian orang lain, dan update kegiatan sehari-hari, juga sebagai komunikasi sebagai eksistensi diri. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian peneliti terletak pada unit analisisnya. Peneliti menggunakan metodologi penelitian yang sama, yaitu deskriptif kualitatif dan unit analisisnya adalah media sosial. Oleh karena itu, peneliti memilih disertasi ini sebagai literature review. Perbedaan dalam penelitian ini terletak pada spesifikasi unit analisisnya yaitu ketersediaan siswa melalui snapchat dan juga penggunaan teori fenomenologis, sedangkan

pada penelitian ini unit analisisnya adalah citra diri siswa di jejaring sosial Instagram.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

Nama Peneliti/ Tahun	Judul Penelitian	Metode	Teori	Perbedaan
Yogi Hidayat/	Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Citra Diri Di Kalangan Mahasiswa Fisip Unpas	Penelitian Deskriptif Kualitatif	Fenomenologi	Teori yang berbeda
Muhammad Syaeful Barri/2017	Pengunaan Media Sosial Snapchat Sebagai Eksistensi	Penelitian Deskriptif Kualitatif	Teori Fenomena	Objek yang berbeda, dan teori

	Diri di Dunia Maya			yang berbeda
Tika Nurul Ramadhani/2014	Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Citra Diri Pada Remaja Akhir	Purposive Sampling	Korelasi Pearson	Teknik analisis yang beda serta teori

Sumber: diolah peneliti 2022

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

2.2.1.1 Definisi Komunikasi

Secara etimologis istilah komunikasi berasal dari kata lain komunikasi dan selanjutnya berasal dari kata lain, khususnya *Communicatio* dan berasal dari kata *communis* yang berarti serupa. Komunikasi terjadi jika antara orang-orang dan pertemuan diperlukan ada kepentingan khas tentang sesuatu yang disampaikan. Hubungan di antara mereka bersifat informatif, sekali lagi jika orang-orang ini tidak melihat maka komunikasi tidak mendapatkan makna

Menurut banyak ahli, konsep komunikasi yang disusun oleh Mulyana (2005) antara lain sebagai berikut:

Komunikasi adalah transmisi data, pikiran, perasaan, kemampuan, dan lain-lain dengan memanfaatkan gambar, kata-kata, gambar, angka, desain, dan lain-lain. Demonstrasi atau interaksi transmisi ini disebut komunikasi. (2005, hlm 78)

Komunikasi dapat diinterpretasikan semacam proses transfer berita mencakup pendapat, perasaan, opini, dan pengetahuan secara verbal dan non-verbal yang dilakukan oleh individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok.

Komunikasi adalah interaksi di mana pemikiran dipindahkan dari sumber ke setidaknya satu penerima yang sepenuhnya berniat mengubah perilaku mereka. (Everett M. Roger, 2005).

Everet memaparkan bahwa komunikais merupakan korelasi antar individu yang saling berhubungan yang bertujuan untuk mengalihkan informasi dan mengubah sikap penerima pesan.

Komunikasi terjadi ketika sumber menyampaikan pesan kepada penerima dengan harapan sadar akan berdampak pada perilaku penerima. (Gerald R. Miller, 2005).

Miller menjelaskan bahwa komunikasi terjadi ketika individu memberikan informasi terhadap individu lain dengan membawa harapan agar individu tersebut dapat mengubah perilakunya secara celik. Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai transmisi data yang terdiri dari dorongan bias dari sumber ke penerima (Theodore M. Newcomb).

Setelah mengetahui pemahaman komunikasi dari para ahli, cenderung disimpulkan bahwa komunikasi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari, tanpa

berkomunikasi orang tidak dapat melanjutkan hidupnya. Selanjutnya, komunikasi harus menarik dan cakup agar makna pesan dapat disampaikan dengan tepat dan juga lugas.

Dalam bahasa komunikasi, individu yang menyampaikan pesan disebut komunikator, sedangkan individu yang menerima pesan disebut komunikan. Secara lebih eksplisit, komunikasi menyiratkan cara paling umum untuk menyampaikan pesan oleh komunikator kepada komunikan. Setiap kali dibedah pesan komunikasi terdiri dari dua perspektif, lebih spesifiknya ada pesan dan gambar. Substansi substansial dari pesan tersebut adalah pertimbangan atau sentimen seperti halnya gambar atau bahasa.

Dari penjelasan di atas, komunikasi merupakan cara yang paling umum untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan dengan struktur pesan yang berbeda dan menggunakan desain penyampaian pesan yang sesuai dengan komunikan mendapatkan pegangan pada kekuatan sementara mendapatkan pesan darinya akan ada dampak. , itu sangat baik dapat dilihat dengan berfokus pada input yang disajikan oleh komunikator.

2.2.1.2 Tujuan Komunikasi

Tujuan berkomunikasi untuk mengubah cara pandang, penilaian, perilaku, sosial. Komunikasi dapat mengubah mentalitas, sentimen, dan perilaku seseorang ke area sosial lokal sesuai dengan data yang diteruskan oleh pemasok data. Jadi pada dasarnya, komunikasi bermaksud untuk menyampaikan data yang dapat

dirasakan oleh orang lain. Data tersebut kemudian diharapkan menimbulkan kritik sebagai transformasi pasti dari penerima data.

Menurut Effendy tujuan komunikasi terdapat beberapa tujuan berkomunikasi yang meliputi:

1) Mengubah sikap (*To Change The Attitude*)

Perubahan sikap yang disinggung penting dalam komunikasi untuk mengubah pola pikir komunikan melalui pesan yang disampaikan oleh komunikator, dengan maksud agar komunikan dapat mengubah kepribadiannya seperti yang ditunjukkan oleh apa yang pada umumnya diharapkan oleh komunikator.

2) Mengubah opini/ pendapat/ pandangan (*To Change The Opinion*)

Mengubah pandangan yang dimaksud adalah bahwa dalam diri komunikan terdapat penyesuaian penilaian/melihat/mengenai sesuatu sesuai dengan apa yang umumnya diharapkan oleh komunikator.

3) Mengubah masyarakat (*To Change The Society*)

Masyarakat yang berkembang, merupakan tempat perluasan lebih luas, dipercaya bahwa komunikasi ini dapat mengubah cara hidup individu sesuai keinginan komunikator

4) Mengubah perilaku (*To Change The Behavior*)

Dengan komunikasi, perubahan tingkah laku dapat mengubah tingkah laku komunikan agar sesuai dengan apa yang secara umum diantisipasi oleh komunikator secara keseluruhan (2003, hlm 8)

Jadi sangat mungkin beralasan bahwa motivasi di balik komunikasi adalah untuk mengantisipasi perubahan mentalitas, sentimen, dan perilaku sosial. Selanjutnya tujuan mendasarnya adalah agar pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat tersampaikan dengan tepat dan juga dengan mudah dirasakan oleh komunikan untuk menyampaikan masukan.

2.2.1.3 Proses Komunikasi

Proses komunikasi harus terlihat dari komponen yang berhubungan dengan siapa yang menyampaikannya (komunikator), apa yang dikatakan atau dikirim (pesan), saluran komunikasi apa yang digunakan (media), ditampilkan kepada siapa (komunikan), dan hasil apa yang akan ditimbulkan (dampak).

Menurut Effendy, proses komunikasi dalam bukunya Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik menyebutkan bahwa proses komunikasi dibagi menjadi dua fase, yaitu sebagai berikut:

1) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi esensial adalah strategi yang digunakan untuk menyampaikan perenungan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan (gambar) sebagai media. Gambar sebagai media fundamental dalam siklus komunikasi adalah bahasa, gambar, bayangan, dan lain-lain yang secara langsung sesuai untuk menguraikan perenungan atau kemungkinan sensasi komunikator kepada komunikan. Bahwa bahasa yang paling sering digunakan dalam komunikasi adalah jelas karena bahasa dapat memberikan terjemahan dari penampilan seseorang kepada orang lain

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi bantu adalah metode yang paling terkenal untuk menyampaikan pesan oleh satu orang ke lebih dari satu individu dengan memasukkan perangkat atau sarana sebagai media dasar. Seorang komunikator memasukkan medium kedua dalam pengiriman surat-menyuratnya mengingat komunikan sebagai tujuannya sebagian besar di tempat yang jauh atau untuk lingkup yang sangat luas. (2003, hal 1).

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi ini adalah sesuatu yang terjadi selama komunikasi yang terutama tidak langsung yang kita tidak tahu bahwa itu telah melalui proses komunikasi primer atau sekunder, tergantung

individu memilih media, target sasaran dan juga isi pesan yang akan disampaikan sehingga dapat menimbulkan efek yang berbeda.

2.2.1.4 Konseptual Komunikasi

Seperti yang diungkapkan oleh John R. Wenburg dan Willim W. Wilmot, dan Kenneth K. Soreno dan Edward M. Bodaken dalam Mulyana, tidak kurang dari tiga sistem komunikasi yang wajar, yaitu komunikasi khusus untuk aktivitas, komunikasi sebagai asosiasi, dan komunikasi sebagai pertukaran, khususnya:

1) Komunikasi sebagai tindakan satu-arah

Definisi ini beralasan bahwa komunikasi adalah perkembangan dalam bentuk apa pun yang sengaja dikembangkan oleh seorang individu untuk lulus secara tidak hati-hati untuk memanggil tanggapan orang lain. Dalam keadaan luar biasa ini, komunikasi dipandang sebagai pertunjukan sadar menyampaikan pesan untuk menyelesaikan masalah komunikator. Mengkonseptualisasikan komunikasi sebagai tindakan satu arah menghadirkan penyampaian pesan yang efektif dan alasan bahwa semua praktik komunikasi bersifat instrumental dan menarik. Sesuai definisi Lasswell, lima bagian terkait komunikasi tidak diatur.

- a. Pertama, secara eksplisit: sumber, pengirim, encoder, komunikator, dan pembicara.
- b. Kedua pesan, yaitu sesuatu yang disampaikan oleh sumber kepada penerima. Pesan adalah kumpulan gambar verbal atau nonverbal yang berbicara tentang pendapat, nilai, renungan. Pesan memiliki tiga bagian:

signifikansi, gambar yang digunakan untuk menyampaikan signifikansi, dan desain atau afiliasi pesan.

- c. Ketiga, saluran media, khususnya instrumen atau sarana yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran mungkin menyiratkan pesan yang diteruskan ke penerima, apakah saluran itu verbal atau nonverbal. Pada dasarnya komunikasi manusia menggunakan dua saluran, khususnya suara dan cahaya, meskipun kita dapat menggunakan lima kapasitas kita untuk menerima pesan dari orang lain. Saluran juga menyiratkan cara pesan disampaikan: baik tatap muka (mata ke mata) atau melalui media cetak atau elektronik.
- d. Keempat, penerima (beneficiary), sering juga disebut (objective), menyampaikan (communicatee), (decoder), atau (crowd), (audience), penerjemah (mediator). Kelima, dampak, khususnya apa yang menimpa penerima pesan setelah menerima pesan, misalnya memperluas informasi, terlibat, mengembangkan perspektif, dan lain-lain.

2) Komunikasi sebagai interaksi

Konseptualisasi komunikasi adalah kolaborasi dalam perasaan erat asosiasi menyiratkan dampak bersama (common impact). Perspektif komunikasi sebagai asosiasi mengibaratkan komunikasi dengan alasan yang mempengaruhi atau memindahkan proses respon yang membuat pertukaran judul.

3) Komunikasi sebagai transaksi

Dalam komunikasi berbasis nilai, komunikasi dianggap telah terjadi ketika seseorang telah menggambarkan perilaku orang lain, baik perilaku verbal maupun nonverbal (2006, hal 67-74).

2.2.2 Citra Diri

Self Image atau disebut pandangan diri adalah gambaran diri kita sendiri, dan kita sering tidak melihat ini karena ia memiliki konstruksi yang sangat mencolok atau dinamis. Representasi diri mental lebih mendunia dan merupakan payung super yang menutupi setiap kecenderungan kita untuk bertindak. Dapat juga dikatakan bahwa sikap ini mengkonsolidasikan pengetahuan dan perasaan tentang ukuran, bentuk, batas, penampilan dan kapasitas tubuh saat ini dan masa lalu.

Burns (1993) mengatakan bahwa Self-Image atau potret diri pada dasarnya adalah gambaran yang dimiliki individu tentang dirinya sebagai makhluk fisik, sehingga representasi diri psikologis ini secara rutin terhubung dengan kredit nyata seperti penampilan luar, ukuran, pakaian, gaya rambut, dan item perawatan keunggulan. Pandangan ini ditegaskan oleh Susanto (2001), pandangan mental diri adalah ide yang membingungkan yang menggabungkan karakter, karakter, tubuh dan penampilan individu.

Jadi sangat masuk akal untuk berpendapat bahwa pandangan diri adalah gambaran diri yang dilihat oleh orang lain atau juga diri sendiri yang seharusnya dibayangkan oleh orang yang dapat dipengaruhi oleh orang lain. Citra diri dipengaruhi oleh pertemuan sebelumnya dan kemenangan serta kekecewaan mereka, seperti halnya perenungan di sekitar pandangan diri mental yang optimal.

Individu yang dapat mengakui keadaan fisik atau keberadaan mereka akan memiliki potret diri yang positif dan individu yang tidak mengakui keadaan mereka

2.2.2.1 Pembentukan Citra Diri

Di zaman sekarang ini, kita sebagai mahasiswa yang hidup di zamannya berlomba-lomba memanfaatkan media berbasis internet untuk menyampaikan. Awalnya kita menggunakan media online untuk berbicara dengan teman atau dengan orang luar, semakin lama media berbasis internet digunakan sebagai alat untuk membingkai citra diri. Setiap orang perlu berjuang untuk menunjukkan gambar mereka sendiri dan menyebabkan para pengikutnya mencirikan gambar mereka menjadi gambar yang positif, karena gambar seseorang harus terlihat dari pandangan orang lain tentang kita.

Citra atau potret diri adalah perasaan yang diperoleh seseorang dalam pandangan wawasan dan pemahamannya tentang realitas atau realitas. Untuk mengetahui gambaran seseorang terhadap suatu hal, dapat dilihat dari mentalitasnya terhadap sesuatu tersebut. Gambar dibingkai dari informasi dan data yang diperoleh individu. Menurut Ardianto dan Soemirat, pembentukan citra diri terdiri dari empat aspek, yaitu:

- 1) Kebijakan dicirikan sebagai efek lanjutan dari persepsi iklim yang terkait dengan arah kepentingan. Di penghujung hari, orang-orang akan memberi arti penting mengingat pertemuan mereka.
- 2) Pemahaman adalah keberanian seseorang terhadap dorongan, keyakinan ini akan muncul ketika individu telah merasakan peningkatan sehingga individu harus diberikan data yang memadai sehingga dapat mempengaruhi kemajuan kecerdasannya.

3) Inspirasi adalah suatu kondisi dalam karakter individu yang mendorong keinginan tunggal untuk melakukan latihan tertentu untuk mencapai suatu tujuan.

4) Mentalitas adalah kecenderungan untuk bertindak, melihat, berpikir, dan merasakan dalam mengelola objek, pikiran, keadaan, atau kualitas (2015:116).

Dapat disimpulkan bahwa citra diri seseorang dapat terbentuk melalui sebuah pertemuan, motivasi dalam meningkatkan pengetahuan individu, kreativitas, dan karakter seseorang yang dapat membentuk sebuah gambaran diri seseorang yang memiliki kredibilitas baik.

2.2.2.2 Aspek Citra Diri

Brown dalam buku berjudul "*The Self*" menunjukkan bahwa ada tiga aspek pengetahuan diri yang dapat diperoleh oleh manusia, yaitu:

1) Dunia fisik (*physical world*)

Realitas aktual dapat memberikan pengertian yang dengannya kita dapat mengetahui tentang diri kita sendiri. Sumber informasi dari dunia nyata memberikan informasi diri. Namun, informasi tentang dunia nyata terbatas pada kredit yang dapat diperkirakan secara efektif dan abstrak dan juga kurang penting jika tidak dibandingkan dengan yang lain.

2) Dunia sosial (*social world*)

Sumber kontribusi untuk mencapai pemahaman pandangan mental diri adalah masukan dari iklim sosial tunggal. Cara paling umum untuk mencapai pemahaman diri melalui iklim sosial ada dua macam, khususnya:

a. Perbandingan Sosial (*social comparison*)

Seperti dunia nyata, dunia sosial juga membantu menggambarkan diri sendiri melalui korelasi dengan orang lain. Biasanya, orang akan cukup sering kontras dan orang lain yang figur setara dengan mereka untuk mendapatkan citra yang mereka yakini adil. Namun, tidak biasa bagi orang untuk membandingkan diri mereka sendiri dan orang-orang yang lebih disesalkan (korelasi naik) atau lebih buruk (pemeriksaan menurun) sesuai dengan tujuan mereka.

b. Penilaian yang tercerminkan (*reflected appraisal*)

Informasi tentang diri individu dicapai dengan melihat reaksi orang lain terhadap perilaku individu.

3) Dunia dalam psikologis (*inner psychological world*)

Mengenai sumber sebagai penilaian dari dalam diri seseorang, ada tiga hal yang dapat mempengaruhi tercapainya pemahaman pandangan diri mental singular, yaitu:

a. Introspeksi (*introspection*)

Introspeksi dilakukan sedemikian rupa sehingga orang melihat diri mereka sendiri untuk mencari hal-hal yang membantu diri mereka sendiri. Misalnya, seseorang yang merasa dirinya brilian, ketika dia introspeksi akan melihat berbagai kesempatan dalam kehidupannya sehari-hari, misalnya, bagaimana dia menangani masalah, menjawab pertanyaan, dll.

b. Proses mempersepsi diri (*self perception process*)

Interaksi ini memiliki kemiripan dengan refleksi, namun yang terpenting adalah perjalanan pendalaman diri diselesaikan dengan memikirkan

kembali dan menutup apa yang dia rupakan setelah mengingat kembali apakah ada orang yang dia cari dalam kesempatan-kesempatan dalam hidupnya. kehidupan sehari-hari, sedangkan perenungan dilakukan sebaliknya. (1998)

Menurut **Grad** dalam **Husain** menjelaskan bahwa citra diri mengandung beberapa aspek, paling umum terdapat empat aspek yaitu:

- 1) Perhatian penuh (*awareness*) adalah perhatian pada citra diri secara umum, baik fisik maupun non-fisik.
- 2) Tindakan (*action*) melakukan suatu gerakan untuk menumbuhkan kemampuan diri yang dianggap lemah dan menggunakan kemampuan diri yang menjadi manfaat.
- 3) Penerimaan (*acceptance*) mengakui setiap kekurangan dan kualitas dalam dirinya sebagai hadiah dari pembuatnya.
- 4) Sikap (*attitude*) bagaimana orang menyukai setiap kekurangan dan kualitas yang mereka miliki. (1996, hal 136)

Dapat disimpulkan bahwa dimensi citra diri paling utama mengandung kepedulian secara verbal dan non verbal, reaksi dalam mengembangkan kapasitas diri, pengakuan kualitas. dan perilaku yang dapat disukai oleh orang lain.

2.2.2.3 Jenis – Jenis Citra Diri

Menurut Frank Jefkins dalam Ardianto dan Soemirat mamaparkan bahwa citra diri memiliki beragam jenis, sebagai berikut :

- 1) Representasi identik atau Cerminan citra (*Mirror Image*), lebih spesifik bagaimana biaya administrasi (gambar) dari luar terbuka dalam tinjauan organisasi.
- 2) Citra yang masih hangat (*The Current Image*) adalah gambar yang terdapat di luar terbuka berdasarkan pengalaman dan pemahaman masyarakat luar, yang biasanya gambar ini bertentangan dengan representasi sempurna.
- 3) Citra yang ideal (*The Wish Image*) adalah sesuatu yang dibutuhkan untuk mencapai pencapaian tertentu.
- 4) Citra majemuk (*The Multiple Image*), lebih tepatnya orang-orang yang dapat membingkai gambar tertentu tetapi tidak benar-benar sesuai dengan konsistensi gambar seperti yang ditunjukkan oleh organisasi atau asosiasi. (2015 : 117)

2.2.3 Media Sosial dan Pembentukan Identitas Virtual

Setiap orang memiliki karakter yang melekat padanya, baik itu kepribadian individu atau karakter sosial. Karakter adalah penggambaran keakraban seseorang dengan apa identitasnya (White et al, 2011:317). Seperti yang ditunjukkan oleh Nobleman dan Branscombe (2012) karakter sosial adalah suatu kondisi di mana kita melihat diri kita sendiri sebagai individu dari sebuah pertemuan yang menyiratkan bahwa kita menekankan apa yang kita bagikan dengan individu pertemuan lainnya. Kami menggambarkan diri kami dengan kredit yang mengakui pertemuan kami dari pertemuan ujian lainnya. Penggambaran diri pada tingkat kepribadian sosial adalah pemeriksaan karakteristik antara pertemuan, termasuk kontras antara pertemuan (Baron dan Branscombe, 2012: 114).

Perubahan kepribadian masih sangat sulit dilakukan di dunia nyata namun tidak di dunia maya (virtual). Kita bisa mengubah karakter misalnya di media online Facebook dan Instagram misalnya sesuai kebutuhan kita, mulai dari foto, biodata, dll. Kepribadian seorang pemain game saat berada di iklim game berbasis internet juga bisa diubah di sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Kita bisa berubah dari pria muda menjadi wanita muda, dari anak muda menjadi dewasa, mengubah ras, suku, dan sebagainya.

Menumbuhkan profil media sosial Anda di media virtual biasanya dimulai dengan penamaan. Nama tentunya bisa dibuat sesuai dengan keinginan kita dengan huruf yang sesuai dengan titik potong. Selain itu nama, ras, kepribadian, kepribadian, dll juga bisa diubah. Peningkatan kepribadian sosial di media virtual biasanya dilakukan melalui penciptaan sebuah nama. Nama tentunya bisa dibuat sesuai dengan keinginan kita dengan huruf yang sesuai dengan titik potong. Selain itu nama, ras, kepribadian, kepribadian, dll juga bisa diubah. Karakter-karakter ini dibingkai sesuai dengan kebutuhan pelanggan, meskipun terkadang karakter tidak sesuai dengan kenyataan. kenyataan hari ini. Karakter dibingkai sesuai dengan kebutuhan pelanggan, meskipun terkadang karakter tidak sesuai dengan realitas penggambaran realitas.

Kita dapat membangun karakter kita pada dasarnya. Susunan kepribadian ini juga diharapkan menjadi komunikasi virtual. Dimana komunikasi virtual atau komunikasi virtual adalah komunikasi (metode yang terlibat dengan mengirim dan mendapatkan pesan) memanfaatkan (melalui) intuitif internet/ruang virtual. Komunikasi virtual tidak dapat dipisahkan dari media internet yang melibatkannya

sebagai perangkat khusus. Di sini terjadi perubahan gaya atau kecenderungan orang dalam menyampaikan data satu sama lain. Dikatakan demikian mengingat saat ini orang tidak perlu lagi menyampaikan secara serentak dan tempat. Tampaknya melalui komunikasi virtual saat ini, hambatan yang ada sebelumnya seperti jarak, waktu, biaya, dan tantangan yang berbeda dapat bertahan. Hal ini dikarenakan internet sebagai media komunikasi virtual tidak dibatasi ruang sehingga wilayah yang lebih luas dapat menyampaikan data dimana saja, dan kepada siapa saja. Dalam komunikasi virtual, adalah mungkin bagi seseorang untuk berinteraksi tetapi sejujurnya mereka tidak benar-benar ada. Berkenaan dengan komunikasi virtual, komunikasi tidak diperlukan bagi seseorang untuk berada di tempat yang sama. Komunikasi virtual tidak dapat dipisahkan dari pemanfaatan internet, komunikasi ini harus dimungkinkan melalui situs, aplikasi kunjungan, media berbasis internet, email, dan lokal lainnya.

Media sosial pada dasarnya memiliki hubungan dengan kepribadian individu itu sendiri. Untuk memulainya, melalui media sosial kita dapat melakukan evaluasi terhadap karakter individu dan bagaimana perilakunya tercermin melalui media online. Mengingat efek samping dari sebuah penelitian pada tahun 2013 (Tampak Sosial) bahwa dari mereka yang berusia 12 tahun atau lebih berpengalaman di AS, 30% dari mereka memiliki tidak kurang dari satu organisasi informal dan 60% dari mereka adalah pengguna penting dari organisasi media online. Terlebih lagi ini bertujuan agar melalui media online kita dapat memberikan banyak penilaian kepada pengguna media berbasis internet dan melalui media berbasis internet kita dapat melakukan komunikasi tingkat lanjut.

Misalnya, ketika kita memindahkan foto melalui asosiasi media elektronik, orang lain mungkin berkomentar atau merespons dengan mengatakan bahwa kita terlihat luar biasa atau pakaian yang kita kenakan terlihat luar biasa. Hal ini membuat kita merasa bahwa kita terlihat luar biasa dan dapat membangun keberanian kita dan membuat pemikiran yang cerdas tentang diri kita sendiri. Meskipun demikian, hal ini kemungkinan akan terjadi dengan mengharapkan komentar atau tanggapan yang diberikan oleh orang lain bersifat positif. Pertimbangkan kemungkinan kata atau tanggapan yang diberikan sebagai komentar yang tidak menyenangkan, misalnya, terlihat gemuk dan rambut tampak menyedihkan. Jelasnya, tanggapan atau ucapan negatif seperti ini akan luar biasa mempengaruhi ketabahan kita dan kita akan merasa bahwa kita menghebohkan dan kita akan membuat pikiran kita sendiri menjadi negatif. (Wood,2016:61).

Setiap orang yang memindahkan postingan di media online Instagram perlu mendapatkan komentar positif, karena komentar positif ini menunjukkan bahwa pengguna media online Instagram telah menemukan cara untuk membangun koneksi yang baik. Hal ini akan mempengaruhi penilaiannya terhadap dirinya sendiri dan akan membentuk pemikiran diri yang positif. Tentu saja, mengharapkan komentar yang diperoleh adalah komentar negatif, itu menyimpulkan bahwa mereka telah lupa untuk membangun hubungan yang baik dan akan mempengaruhi penilaian mereka tentang diri mereka sendiri dan akan membuat seseorang menilai diri mereka sebagai mengerikan atau mengerikan.

Menurut Bodey (2009), wanita atau remaja putri terikat untuk melibatkan media berbasis internet sebagai metode pengembangan diri dibandingkan dengan

pria atau pria muda. Seperti anak-anak muda yang memanfaatkan situs atau situs mereka atau organisasi media berbasis internet untuk membicarakan betapa langsing dan indahny tubuh mereka, tentang apakah mereka memoles minuman keras atau tidak, apakah mereka pernah melakukan hubungan seksual, atau tentang bagaimana terlihat menarik. dengan memakai pakaian tertentu. apa yang lebih jauh lebih. Memang, bahkan wanita sebagian besar memiliki jaringan online yang mereka gunakan untuk berkomentar tentang masalah tertentu, untuk menjelaskan siapa mereka sebenarnya, untuk menceritakan tentang kemampuan mereka dan untuk mengabaikan standar atau kualitas orientasi tertentu (Wood,2016:61).

Pengguna media sosial Instagram sering memanfaatkan media online ini sebagai sarana untuk membina diri. Karena, pastinya Instagram dibuat agar kita bisa mengetahui bagaimana kehidupan orang-orang di luar sana. Bagaimana cara pola hidup di mata publik, bagaimana individu memandang isu-isu hangat tertentu dan melalui Instagram kita dapat menemukan atau menjelaskan isu-isu tertentu yang kita sukai, misalnya isu sosial atau bagaimana tujuan hidup yang selalu didambakan oleh banyak individu. Kedua, organisasi media berbasis internet juga dapat dimanfaatkan atau sering dimanfaatkan untuk tujuan *cyberbullying*, misalnya memberikan komentar tertentu dan ini dilakukan dengan sengaja.

Komentar yang kami berikan seperti "kamu mirip pelacur" atau komentar "kamu terlihat sangat gemuk" akan menyakiti pihak yang kita komentari dan valid atau tidaknya. Bagaimanapun, ini sebenarnya demonstrasi yang sulit. Dan yang mengejutkan seperti yang ditunjukkan oleh hasil pemeriksaan khusus, 43% anak-anak mengalami *cyberbullying*. Terlebih lagi orang-orang yang LGBT memiliki

tingkat *cyberbullying* yang lebih tinggi sekitar 53%. *Cyberbullying* sebenarnya mengkhawatirkan. Karena individu yang selamat dari *cyberbullying* dapat terus-menerus terancam di mana saja dan kapan saja melalui media berbasis internet yang digunakan (Wood, 2016:61).Sangat memalukan untuk menyebarkan rekaman yang tidak layak dibagikan dan ditonton dan membuat rekaman palsu hanya untuk menyakiti seseorang atau pertemuan.

Goffman (1956: 1-2) menjelaskan bahwa ketika seorang individu membantu orang lain, mereka pada umumnya berharap untuk mendapatkan informasi tentang individu yang bersangkutan atau untuk mewujudkan informasi tentang dia yang dia miliki saat ini. Mereka akan tertarik pada status moneter mereka, permulaan, disposisi terhadap mereka, kapasitas, ketergantungan. Informasi tentang pembantu tertentu dengan menjelaskan apa yang terjadi, memungkinkan orang lain untuk mengetahui sebelumnya apa yang dia harapkan dari mereka dan apa yang mereka harapkan darinya.

Untuk keadaan sekarang, pertunjukan soliter yang sengaja atau tidak sengaja mengungkap dirinya, sama seperti orang lain akan memberi kesan tentang apa yang telah dia lakukan. Goffman menyebut kesan pemimpin ini. Wood dan Smith (2005: 52) bersaing untuk karakter dalam komunikasi melalui kemajuan (terkomputerisasi) bahwa karakter adalah pergantian peristiwa individu dan sosial yang membingungkan, terdiri dari sebagian pendapat kita tentang diri kita sendiri, bagaimana kita ingin orang lain melihat kita, dan bagaimana kita merenungkan diri kita sendiri. merenungkan diri kita sendiri.

Wood dan Smith (2005: 63-67) merekomendasikan bahwa ada tiga macam karakter, yaitu ketidakjelasan, nama samaran, dan kepribadian asli. Kepribadian kerahasiaan menunjukkan bahwa komunikator tidak mengungkapkan karakternya saat menyampaikan. Hal ini biasanya untuk menjaga keamanan kepribadian seseorang, misalnya memberikan data tentang kejahatan kepada polisi. Dalam nama samaran (alias) karakter alternatif untuk sumber serupa. Seperti tidak diketahui, pena menamai pemiliknya dengan tingkat kepastian tertentu. Namun, tidak seperti misterius, *nom de plume* seseorang untuk menambah penggambaran mereka sendiri. Misalnya, seorang entertainer lebih suka melibatkan namanya yang terkenal di dunia perfilman daripada nama aslinya. Semua hal yang dianggap kepribadian adalah karakter orang yang sebenarnya.

Sengaja atau tidak, komentar negatif yang kita berikan akan memicu cyberbullying. Karena tentu saja kami tidak berhak untuk langsung berkomentar seperti seseorang gemuk, atau efek yang dia gunakan terlalu banyak, atau fotonya tidak sebanding dengan yang pertama. Meskipun apa yang kami katakan adalah benar, kami telah membuat marah pemilik foto tersebut, dan kami telah melakukan cyberbullying. Media online juga dimanfaatkan sebagai hubungan sosial. Misalnya, kita melihat pencapaian kita dan orang lain, memikirkan pelatihan kita dan orang lain, membandingkan asosiasi kita dan orang lain, menganalisis latihan publik kita dan rekan kita dengan orang lain, dan banyak lagi.

Selain melalui media berbasis internet, seseorang dapat menawarkan sudut pandang mereka tentang kehidupan mereka sendiri. Selain itu, sebagian besar melalui media berbasis internet bahwa seseorang pada umumnya meminta

perhatian pada aktivitas tegas atau komentar positif tentang kehidupan mereka dan menutupi apa pun yang terlihat negatif atau mengerikan. Selain itu, kita harus memiliki pilihan untuk memanfaatkan media online dengan baik, dan tidak melawan kehidupan kita dengan orang lain melalui media berbasis internet (Wood,2016:61).

Ini paling sering terjadi. Peneliti melihat bahwa melalui media berbasis internet Instagram, satu pengguna membedakan dirinya dan pengguna yang berbeda. Mulai dari membedakan bagaimana aktivitas publik dan pertemanan, kehidupan cinta, misalnya, tujuan hubungan, bagaimana gaya hidup seseorang, seperti apa penampilannya, dan berbagai hal lain yang sering dipikirkan. Dengan ini, pengguna mencoba untuk menunjukkan bahwa latihan yang dia temui sebagian besar adalah latihan yang pasti dan menghindari mentransfer apa pun yang negatif dan membuat kesan yang buruk. Bukan hanya itu. Media online juga bisa dimanfaatkan sebagai tempat atau wadah untuk memperkenalkan penampilan kita seperti diri kita sendiri. Memang, melalui media berbasis internet, sangat mungkin bagi kita untuk memiliki lebih banyak kesempatan untuk merancang penampilan dan membentuk pertunjukan kita dibandingkan dengan pertemuan tatap muka.

Kami dapat mengubah dan mengubah profil kami lagi sesuai keinginan kami. Kami juga hanya mentransfer foto-foto yang kami yakini terbaik sehingga kami terlihat lebih memikat melalui media berbasis internet yang didukung oleh prasasti sebagai sekutu. Selain itu, kami juga menghabiskan energi hanya untuk menjawab reaksi atau komentar dan mentransfer foto atau mengubah profil kami. Sebenarnya ini mungkin bisa mengendalikan kondisi dan penampilan kita. Meskipun

dimungkinkan juga untuk mengontrol titik interaksi dalam surat menyurat, pada dasarnya kita tidak memiliki banyak kesempatan untuk memperkenalkan diri dan mengubah kata-kata atau penampilan kita seperti melalui media online (Wood,2016:61-62).

Media online yang bagus sangat penting untuk membentuk karakter dan menghadapi kepribadian kita. Seperti komunikasi dekat dan pribadi, komunikasi online juga dapat memberikan komentar langsung tentang diri kita sendiri, menjadi evaluasi diri kita sendiri, dan menjadi ujian sosial yang memengaruhi kita untuk melihat diri kita sendiri. Dan lebih jauh lagi, penampilan kami, penampilan diri kami para eksekutif, pada dasarnya dapat diterapkan dalam komunikasi melalui media berbasis internet sehubungan dengan komunikasi tatap muka (Wood,2016:68).

2.2.3.1 Instagram

Instagram adalah media elektronik berbasis gambar yang memberikan layanan berbagi foto atau video secara online. Instagram berasal dari pemahaman batasan keseluruhan dari aplikasi ini. "Insta" berasal dari "kedua", sangat mirip dengan kamera polaroid yang pada saat itu juga disebut "foto kedua". Instagram juga bisa langsung menampilkan foto-foto seperti polaroid di beranda. Sehubungan dengan itu berasal dari "kabel" yang mencoba mengirim informasi ke orang lain dengan cepat.

Instagram dapat memindahkan foto dengan memanfaatkan internet, sehingga informasi yang ingin Anda sampaikan dapat diperoleh dengan cepat. Itulah alasan

Instagram adalah pameran kata menit dan pesan. Di dalam aplikasi Instagram, memungkinkan pengguna untuk memindahkan foto dan akun ke feed yang dapat diubah dengan berbagai saluran dan berisi nama dan informasi wilayah. Gerakan dapat dibagikan secara terbuka atau dengan pengagum yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengguna dapat memeriksa zat pengguna lain dengan tanda dan wilayah dan melihat zat bergerak. Pengguna dapat menyukai foto dan mengikuti pengguna yang berbeda untuk menambahkan substansi mereka ke halaman arahan. Melalui Instagram pengguna dapat mentransfer foto dan rekaman singkat dan kemudian membaginya dengan pengguna yang berbeda.

Tidak seperti media online lainnya, Instagram berpusat pada memposting foto dan rekaman dari penggunanya. Keunikan yang membuat Instagram ini tidak sama dengan media online secara keseluruhan. Selain itu, Instagram sering memperbarui kerangka kerjanya. Sejak kemunculan nya di tahun 2010, Instagram selalu memperbarui elemen-elemen yang ada dengan tujuan agar fitur-fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut adalah elemen yang ada di Instagram saat ini:

1) Pengikut (*Follower*) dan Mengikuti (*Following*)

Kerangka sosial di Instagram adalah menjadi pengikut catatan pengguna lain, serta sebaliknya dengan memiliki pendukung Instagram. Dengan cara ini komunikasi antara pengguna Instagram individu itu sendiri dapat ditata dengan memberikan preferensi dan selanjutnya mengomentari foto atau rekaman yang telah ditransfer oleh pengguna yang berbeda. Untuk mengamati pertemanan di Instagram, Anda juga bisa memanfaatkan join yang terhubung dengan akun media online lainnya, seperti Facebook dan Twitter.

2) Mengunggah Foto/Video dengan Caption (Posting)

Prinsip penggunaan Instagram adalah sebagai tempat untuk mentransfer dan berbagi foto atau rekaman dengan pengguna yang berbeda. Di Instagram, pengguna dapat membagikan maksimal 10 dokumen foto atau video dalam satu transfer. Untuk rekaman sendiri, rekaman harus ditransfer dengan titik putus waktu paling ekstrim 1 momen. Sebelum mentransfer foto atau video, pengguna juga dapat memasukkan judul atau deskripsi tentang foto tersebut sesuai dengan apa yang ada dalam kepribadian pengguna. Pengguna juga dapat menempatkan nama pada judul foto, sebagai tanda untuk menggabungkan foto dalam klasifikasi.

3) Kamera

Foto-foto yang telah diambil melalui aplikasi Instagram dapat disimpan, menggunakan kamera melalui Instagram juga dapat dengan mudah memanfaatkan efek yang ada, untuk mengatur shading foto yang diinginkan pengguna.

4) Efek (Filter)

Dalam varian dasarnya, Instagram memiliki efek yang dapat digunakan pengguna ketika mereka ingin mengubah foto. Dalam penggunaan efek, pengguna juga dapat mengubah foto secara bersamaan, misalnya, mengubah keindahan, kontras, bayangan, dan sebagainya.

5) Arroba

Seperti Twitter dan Facebook, Instagram juga memiliki komponen di mana pengguna dapat mengganggu pengguna lain, dengan menambahkan arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram pengguna lain. Pengguna dapat menghina pengguna lain dalam prasasti foto, tetapi juga dalam komentar foto. Pada dasarnya, pada pengguna lain yang bersalah, yang tersirat adalah berbicara dengan pengguna yang telah dihina

6) Label foto (*Hashtag*)

Tanda di Instagram adalah kode yang memudahkan pengguna untuk mencari foto menggunakan kata kunci. Untuk itu, pengguna memasang nama pada sebuah foto, sehingga foto tersebut lebih mudah ditemukan. Tanda yang sebenarnya dapat digunakan dalam semua jenis komunikasi yang berhubungan dengan foto yang sebenarnya. Pengguna dapat memasukkan nama mereka sendiri, di mana foto itu diambil, untuk melaporkan suatu peristiwa, untuk menunjukkan bahwa foto tersebut sedang mengikuti kontes, atau untuk menunjukkan bahwa foto itu dikirim oleh seorang individu dari grup orang Instagram. Foto-foto yang telah ditransfer, dapat dikenang untuk nama yang sesuai dengan data yang terkait dengan foto tersebut.

7) *Geotagging*

Setelah memasukkan judul foto, region berikut adalah segmen Geotag. Bagian ini akan muncul ketika pengguna memulai GPS mereka. Karenanya Instagram dapat mengenali di mana pengguna Instagram ditemukan. Dengan penandaan geografis, pengguna dapat dikenal di mana mereka mengambil gambar atau di mana foto itu telah ditransfer.

8) Jejaring sosial

Dalam membagikan foto-foto ini, pengguna dapat membagikannya di Instagram, namun foto-foto itu juga dapat dibagikan melalui komunitas informal lainnya, misalnya Facebook dan Twitter dengan menghubungkan antarmuka akun Instagram dengan akun media sosial lainnya.

9) Tanda suka

Instagram juga memiliki fitur like yang berfungsi seperti yang ada di Facebook, khususnya sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah dikirim oleh pengguna lain.

10) *Instastory*

Instastory adalah singkatan dari Instagram Stories. Instastory adalah fitur Instagram yang memungkinkan pengguna untuk membagikan foto atau akun yang kemudian akan dihapus dalam waktu 24 jam. Di fitur Instastory ada efek tambahan yang dapat menyertakan penggunanya

11) Arsip Foto

Komponen ini berfungsi sebagai media pribadi atau seperti koleksi pribadi. Dengan cara ini, pengguna dapat berbagi foto atau rekaman utama yang dapat dilihat pengguna.

12) *Closefriend*

Dalam komponen ini, pengguna dapat berbagi foto atau rekaman yang harus didapatkan oleh pengguna lain yang telah dipilih sebagai "Close Friend".

13) Siaran langsung

Fitur ini memungkinkan pengguna akun untuk melakukan streaming video langsung secara publik tanpa batas waktu.

14) IG TV

Bagian ini memungkinkan pengguna untuk memindahkan rekaman lebih dari 1 detik, namun rekaman tersebut tidak disimpan di umpan profil Exchange. Melihat manfaat di atas, Instagram juga bisa dimanfaatkan sebagai pengganti koleksi foto dan video. Setiap posting di Instagram tidak memiliki batasan waktu, menyiratkan bahwa kita bagaimanapun juga dapat melihat foto atau akun yang telah diposting meskipun sudah sangat tua.

Oleh karena itu, tidak sedikit anak muda yang menggunakan Instagram sebagai komponen komunikasi hanya sebagai diskusi untuk membuat gambaran diri secara mental. Media berbasis internet yang hebat sangat penting untuk membentuk kepribadian kita dan menghadapi karakter kita. Seperti komunikasi yang sangat dekat dengan rumah, komunikasi online juga dapat memberikan komentar langsung tentang diri kita sendiri, menjadi penilaian tentang diri kita sendiri, dan menjadi ujian sosial yang memengaruhi kita untuk melihat diri kita sendiri. Selain itu, penampilan kita, kehadiran kita para pemimpin, pada dasarnya dapat dihubungkan dengan surat menyurat melalui media elektronik mengenai surat menyurat dekat dan pribadi. (Wood,2016:68)

2.2.4 Remaja

Kata pemuda berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti berkembang menjadi dewasa, keremajaan sangat penting untuk masa pembentukan kehidupan menuju kedewasaan dalam keberadaan seseorang. Kerangka waktu yang

merupakan perubahan dari remaja ke dewasa dipisahkan oleh peningkatan kecepatan perubahan fisik, mental, gairah dan sosial. Seperti yang ditunjukkan oleh *World Wellbeing Association* (WHO), sejauh mungkin untuk pemuda adalah 10-19 tahun.

Hal ini berbeda dengan Wong (2008) yang mengungkapkan bahwa pra-dewasa terbagi menjadi tiga fase, lebih spesifiknya: tahap pubertas awal dengan usia 11 hingga 14 tahun, tahap ketidakmatangan tengah dengan rentang usia 15 hingga 17 tahun, dan tahap pra-dewasa akhir dengan usia 18 sampai 17 tahun. 20 tahun. Menurut Hurlock (1980) bahwa masa pra-dewasa adalah masa yang memiliki sifat-sifat yang khas sehingga dapat dikenali dari masa ketika itu. Kualitas-kualitas ini adalah:

- 1) Masa remaja sebagai periode yang penting

Di masa muda, hasil jangka panjang yang langsung dan menyimpang sangat penting, seperti kemajuan fisik dan mental di masa pra-dewasa. Kecepatan kemajuan fisik dan mental pada masa muda awal menimbulkan kebutuhan akan perubahan mental sesuai dengan struktur perspektif dan kualitas baru.

- 2) Masa remaja sebagai periode peralihan

Sampai saat ini, anak-anak belum bisa dikatakan sebagai anak-anak, padahal mereka belum dewasa. Di sini status remaja menghilang, tetapi mungkin bermanfaat karena akan memberinya kesempatan untuk mencoba berbagai gaya hidup dan memilih praktik, karakteristik, dan properti mana yang cocok untuknya.

- 3) Masa remaja sebagai periode perubahan

Laju kemajuan dalam perilaku dan mentalitas selama masa muda setara dengan laju perubahan aktual. Pada masa muda awal, perubahan fisik, perilaku, dan sikap terjadi dengan cepat. Dengan asumsi pengurangan perubahan aktual, perilaku dan perspektif juga akan berkurang.

4) Masa remaja sebagai usia bermasalah

Setiap isu yang ada di kalangan remaja selalu merupakan isu yang sulit dikalahkan oleh seorang remaja atau remaja putri. Karena mereka tidak dapat mengatasi masalah mereka sendiri, banyak anak muda melihat pengaturan yang tidak sesuai dengan kecurigaan mereka.

5) Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Di masa muda dia harus menemukan apa kepribadiannya menggabungkan apa identitasnya, hal pekerjaannya di arena publik, dan dasar rasial atau ketatnya.

6) Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Generalisasi mempengaruhi ide diri dan disposisi anak muda terhadap dirinya sendiri. Generalisasi berfungsi sebagai cermin yang ada di mata publik bagi kaum muda, menggambarkan potret diri mental anak muda yang kemudian akan membentuk perilaku remaja sebagaimana ditunjukkan oleh citra tersebut.

7) Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Seorang anak muda pada umumnya akan menganggap dirinya dan orang lain sebagai orang yang diinginkan, tidak seperti yang ditunjukkan oleh hal

tersebut, mengingat dari segi standar. Namun, dengan bertambahnya pengalaman dalam kehidupan anak biasanya akan lebih masuk akal.

8) Masa remaja sebagai ambang masa depan

Saat mereka mendekati waktu pergantian peristiwa yang lengkap, anak-anak akan mulai memancarkan kecenderungan yang sekarang mulai mereka ciptakan. Mulai dari pakaian, olahraga, hingga aktivitas yang berfokus pada keadaan, orang dewasa yang ragu akan memberikan gambaran apa yang mereka butuhkan.

2.3 Kerangka Teoritis

2.3.1 Dramaturgi

Instagram mungkin merupakan media online yang paling disukai oleh banyak orang, banyak orang menggunakan Instagram untuk mempertimbangkan orang lain untuk mengumpulkan jumlah preferensi dan pendukung di akun Instagram mereka. Oleh karena itu, setiap pengguna Instagram berusaha untuk memikirkan orang lain dengan membangun koneksi yang baik atau menarik, misalnya dengan memindahkan foto-foto yang memiliki nilai bagus, foto-foto yang sedang berlangsung, menampilkan teks yang menarik dan berbagai upaya untuk membuat karakter melalui media berbasis internet. , Instagram. hak untuk dibentuk.

Melalui dramaturgi, peneliti mengkaji bagaimana perkembangan mental self portrait melalui media online Instagram. Motivasi di balik hipotesis wajah atau dramaturgi Goffman adalah untuk membantu memahami dua bagian kerja sama, khususnya alasan utama dan bagaimana orang membangun gambar atau gambar publik. Terlebih lagi, tujuan selanjutnya adalah metodologi apa yang digunakan

orang untuk mengikuti atau meningkatkan pandangan mental mereka dengan asumsi bahwa gambaran itu hilang atau dirusak (Budyatna,2015:211-212).

Hipotesis kemajuan atau dramaturgi dikemukakan oleh Erving Goffman (1922-1982) di mana Goffman memengaruhi banyak perspektif kontemporer tentang kolaborasi yang bersahabat. Seperti yang ditunjukkan oleh Goffman, apapun kualitas manusia khusus yang dimiliki dalam karakter mental, kita secara keseluruhan memiliki diri sosial, gambaran keseluruhan atau Goffman menyebutnya dengan penampilan atau wajah yang kita tunjukkan atau tunjukkan selama kolaborasi. Kami juga merasa bahwa penampilan diri atau publik kami berkembang secara sosial.

Dramaturgi adalah permainan kehidupan yang diperkenalkan oleh orang-orang. Dimana ada dua bagian, yaitu bagian (depan) dan bagian (belakang). Bagian depan menggabungkan *Setting*, *Individual Front* (penampilan diri) dan *Expressive Gear* (perangkat keras untuk artikulasi diri) sedangkan bagian Belakang adalah diri sendiri, tepatnya semua latihan rahasia untuk menyelesaikan pencapaian akting atau pertunjukan diri di bagian depan. Dramaturgi pertama kali dikemukakan oleh Erving Goffman dalam buku yang cukup lama berjudul *The Presentation Of Self In Everyday Life*.

Dari sudut pandang dramaturgi, hidup itu seperti teater. Interaksi sosial mirip dengan pertunjukan teater di mana aktor memainkan peran. Agar aktor memainkan peran, mereka sering menggunakan bahasa verbal dan menunjukkan kepada mereka beberapa perilaku nonverbal dan menggunakan perilaku tertentu. Menurut

Goffman, kehidupan sosial dibagi menjadi wilayah "depan" dan "depan-belakang". Area frontal mengacu pada peristiwa sosial yang menunjukkan individu yang menunjukkan atau menunjukkan peran formalnya (Budyatna, 2015: 214). Dia memainkan perannya di atas panggung untuk penonton. Sebaliknya, area belakang mengacu pada tempat dan peristiwa yang mempersiapkannya untuk perannya di area depan.

Area depan seperti adegan depan yang dilihat penonton. Sedangkan bagian belakang seperti backstage atau ruang ganti, tempat para pemain bersantai, mempersiapkan atau melatih perannya di depan stage. Misalnya, apa yang dilakukan seseorang sebelum mengunggah foto atau video ke media sosial Instagram. Misalnya riasan apa yang akan dipakai, pakaian, memilih tempat dan waktu terbaik dan membuat nama sebelum Anda mengunggahnya ke media sosial Instagram agar relevan dengan kepribadian yang ingin Anda bentuk.

Menurut Goffman, segala sesuatu yang terbuka mengenai diri kita sendiri dapat digunakan untuk memberi tahu orang lain siapa kita. Kebanyakan atribut, milik, atau aktivitas manusia digunakan untuk presentasi-diri ini, termasuk busana yang kita pakai, tempat kita tinggal, rumah yang kita huni, cara kita melengkapinya, cara kita berjalan dan berbicara, pekerjaan yang kita lakukan dan cara kita menghabiskan waktu luang kita.

Goffman menyebutkan bahwa aktivitas untuk mempengaruhi orang lain itu sebagai pertunjukan (performance). Sebagai pertunjukan itu mungkin kita perhitungkan untuk memperoleh respons tertentu, sebagian lainnya kurang kita

perhitungkan dan lebih mudah kita lakukan karena pertunjukan itu tampak alami, tetapi pada dasarnya kita tetap ingin meyakinkan orang lain agar menganggap kita sebagai orang yang ingin kita tunjukkan

Dalam perspektif Dramaturgis, Goffman mengansumsikan bahwa kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung. yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Perlu diketahui bahwa Goffman menyebut diri (manusia) dengan aktor dan orang di sekitar adalah audiens (penonton) karena menurutnya dalam kehidupan ini manusia adalah aktor yang memerankan suatu karakter di atas panggung.

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi wilayah depan (front stage) dan wilayah belakang (back stage). Wilayah depan merujuk kepada peristiwa sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka seperti memainkan suatu peran di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (back stage) atau kamar rias tempat pemain (aktor) bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan. Goffman membagi 2 wilayah dan dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. *Front Stage* (panggung depan)

Panggung depan adalah ruang public yang digunakan seseorang atau sekelompok orang untuk meberikan kesan kepada orang lain melalui pengelolaan kesan (*management of impression*) (Mulyana, 2008:57).

Dipanggung inilah seorang aktor mencoba menampilkan dirinya melalui peran-peran tertentu yang dipilih dalam berlajan proses interaksi sosial dengan khalayak Goffman membagi panggung depan (front stage) ini menjadi dua bagian yaitu front pribadi (personal front) dan setting. Dalam panggung depan setting dan personal front sangat penting karena merupakan awal dari apa yang akan ditampilkan, didalam front stage pastinya semua orang akan memberikan yang terbaik di hadapan orang lain, hal ini dilakukan untuk pencitraan diri positif bagi dirinya yang menjadi aktor, dalam segi kostum dan tindakan verbal maupun non verbal. Apa yang ditampilkan di panggung depan atau wilayah depan belum tentu sama dengan apa yang dilakukan di panggung belakang (back stage), karena setiap orang pasti ingin perilaku-perilaku yang baik untuk adanya respon timbal balik dari orang lain, dan mungkin sebaliknya apabila memperlihatkan yang buruk maka orang lain akan menilai buruk kepadanya.

Tanpa setting, aktor biasanya tidak dapat melakukan pertunjukan. Misalnya, seorang dokter bedah memerlukan ruangan operasi, seorang pemain sepak bola membutuhkan lapangan sepak bola. Sedangkan personal front terdiri dari alat alat yang dibawa aktor ke dalam setting, misalnya seorang dokter mengenakan jas dokter dengan stetoskop yang menggantung dilehernya, seorang profesor diharapkan membawa buku-buku tebal ketika mengajar dikelas, dan sebagainya.

Personal front juga mencakup bahasa verbal dan bahasa tubuh sang aktor, misalnya berbicara sopan, intonasi, postur tubuhi ekspresi wajah. pakaian,

penampakan usia, dan sebagainya. Sehingga front stage harus direncanakan dengan matang apa yang ingin kita tampilkan terhadap orang lain karena orang lain lah yang menilainya. Dan ini sangat penting dengan apa yang akan ditampilkan di panggung depan.

2. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Panggung belakang adalah wilayah dimana seorang aktor dapat menampilkan wajah aslinya. Di panggung ini juga seorang aktor menunjukkan kepribadian aslinya pada masyarakat sekitar" (Mulyana, 2008-58). Back stage adalah keadaan dimana kita berada di belakang panggung Dengan kondisi bahwa tidak ada penonton.

Bagian belakang adalah *the self*, yaitu semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan acting atau penampilan diri ada pada front stage. Sehingga kita dapat berperilaku bebas tanpa memperdulikan plot penlaku bagaimana yang harus kita bawakan. Di panggung belakang inilah aktor bersikap lebih bijaksana dan menghilangkan kesan sama ketika berada di panggung depan.

Panggung belakang dimana seseorang menggunakan bahasa sehari-hari berpenampilan sesuai dengan kesehariannya dan menjalani kehidupan seperti biasanya yang terlepas dari kegiatan yang ada pada panggung depan Panggung belakang identik dengan lingkungan keluarga, dan pada saat aktor tidak menggunakan atribut pada saat di panggung depan Mereka melakukan keseluruhan dari aktivitas secara natural.

Menurut Erving Goffman, setiap individu membuat keputusan untuk mempresentasikan dirinya melalui pengelolaan kesan melanjutkan pertunjukan untuk memastikan bahwa citra atau bayangan tersebut terbentuk dalam teori dramaturgi sebagai dua esensi yaitu konsep Front stage dan Back Stage.

Selaras dengan Dramaturgi/kesan diri/presentasi diri dalam perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa, dalam penelitian ini merupakan salah satu gambaran dramaturgi yang terjadi di dalam kehidupan. Dimana mahasiswa perilaku konsumtif yang berujung pada perubahan gaya hidup, dijadikannya sebagai penampilan panggung depan atau di depan orang lain agar mendapat suatu kesan atau pandangan dari orang lain. Sedangkan dibelakang panggungnya berbeda. dengan apa yang ditampilkan di depan panggung.

Pilihan itu bermuara pada diri setiap individu mahasiswa, sebagai jalan yang dipilih untuk mendapatkan kesan diri mengenai dirinya, meskipun hal itu bertolak belakang dengan diri yang sebenarnya. Mahasiswa yang melakukan perannya di depan panggung sebagai orang yang konsumtif, dibelakang panggungnya mungkin dia sedang mempersiapkan diri untuk tampil di depan panggung. Sebagaimana ia ingin tampilan bagaikan seorang aktor yang tengah melakukan drama dengan memainkan karakter yang dipilihnya.

Peneliti menggunakan kajian Dramaturgi karena dengan menggunakan teori ini peneliti dapat mengetahui perbedaan bentuk front stage dan back stage dari mahasiswa fisip unpas yang mempresentasikan citra diri mereka

melalui media sosial instagram sedemikian rupa sesuai keinginan mereka tentang seperti apa mereka ingin terlihat di media sosial instagram.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori untuk memecahkan masalah yang dikemukakan. Penulis memerlukan kerangka pemikiran yang berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya, berkaitan dengan penelitian yang dilakukan penulis. Hal yang menjadi fokus utama penulis adalah Studi Dramaturgi Analisis Citra Diri Mahasiswa di Media Sosial.

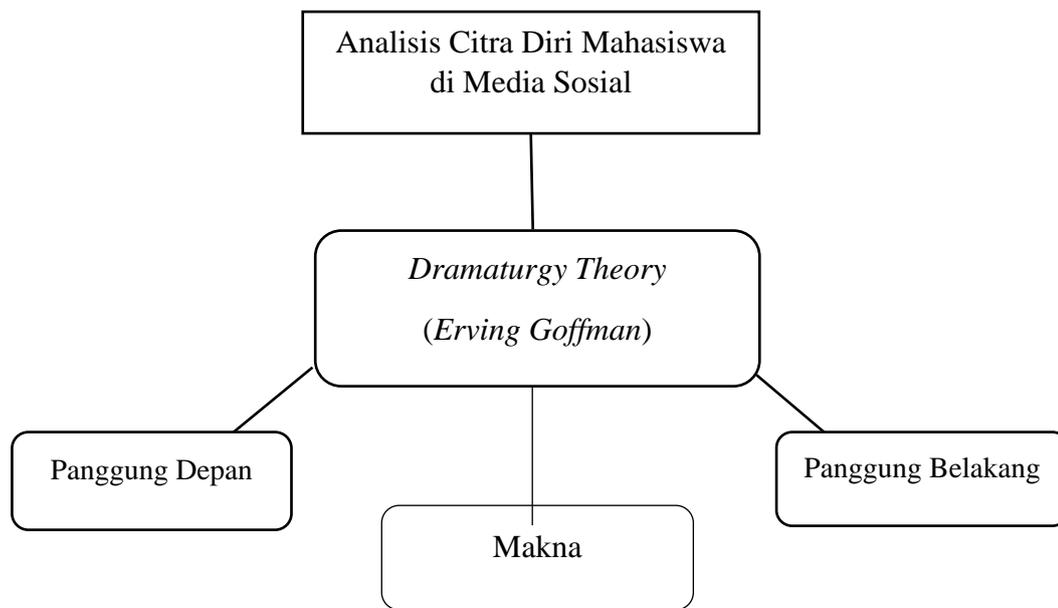
Pola hidup konsumtif di kalangan anak muda terutama mahasiswa memang sudah terbilang banyak saat ini. Dalam media sosial instagram, kalangan anak muda berusaha untuk menciptakan dan menampilkan tentang dirinya kepada dunia luar dengan membagi foto, video, atau juga status di dalam media sosial, mereka ingin mengungkapkan kepada orang lain bahwa inilah dirinya.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Dramaturgi. Teori Dramaturgi menjelaskan bahwa saat berinteraksi, aktor ingin menampilkan perasaan diri yang dapat diterima oleh orang lain. Aktor berharap perasaan diri yang mereka tampilkan kepada penonton akan cukup kuat mempengaruhi audiens dalam menetapkan aktor sebagai aktor yang dibutuhkan. Dapat disimpulkan bahwa, manusia selama penampilannya ingin menyampaikan pesona diri atau kesan diri pada orang lain.

Teori Dramaturgi relevan dengan penelitian mengenai Analisis Citra Diri Mahasiswa di Media Sosial Instagram karena teori Dramaturgi ini berusaha

mengungkap front stage maupun back stage dari mahasiswa yang mempresentasikan citra diri mereka melalui media sosial instagram

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran



Sumber: diolah peneliti 2022